

ALEXANDRE PASCHE

directeur d'Eco&co,
communication verte et responsable



RESPONSABLE ET INTERACTIVE... LA COM' VERTE DEVIENT HIGH TECH

Les campagnes vertes et responsables sont souvent plus innovantes que les campagnes conventionnelles des «grandes marques» industrielles, du luxe, de la mode ou des services. On savait déjà que la communication «green» était créative sur les messages¹. Elle l'est désormais sur les supports utilisés: projection vidéo géante, reconnaissance faciale, Nudge WiFi, création de produits éco-innovants, modélisation 3D, médias sociaux alternatifs par exemple. Quand on a un petit budget, il faut des idées de conception, de réalisation et de diffusion.



1 Une connexion WiFi pour récompenser les éco-citoyens des plages tunisiennes

Pour promouvoir son service en luttant contre la pollution des plages de Tunisie, un problème malheureusement commun à toute la Méditerranée, Tunisie Telecom offre des connexions WiFi à tous ceux qui collectent et rapportent des déchets. Lorsqu'un certain poids de déchets collecté est atteint, c'est WiFi gratuit pour toute la plage. Un nudge (coup de pouce) original et utile.

En savoir +

[youtube.com/watch?v=rnHd-U65S2E](https://www.youtube.com/watch?v=rnHd-U65S2E)

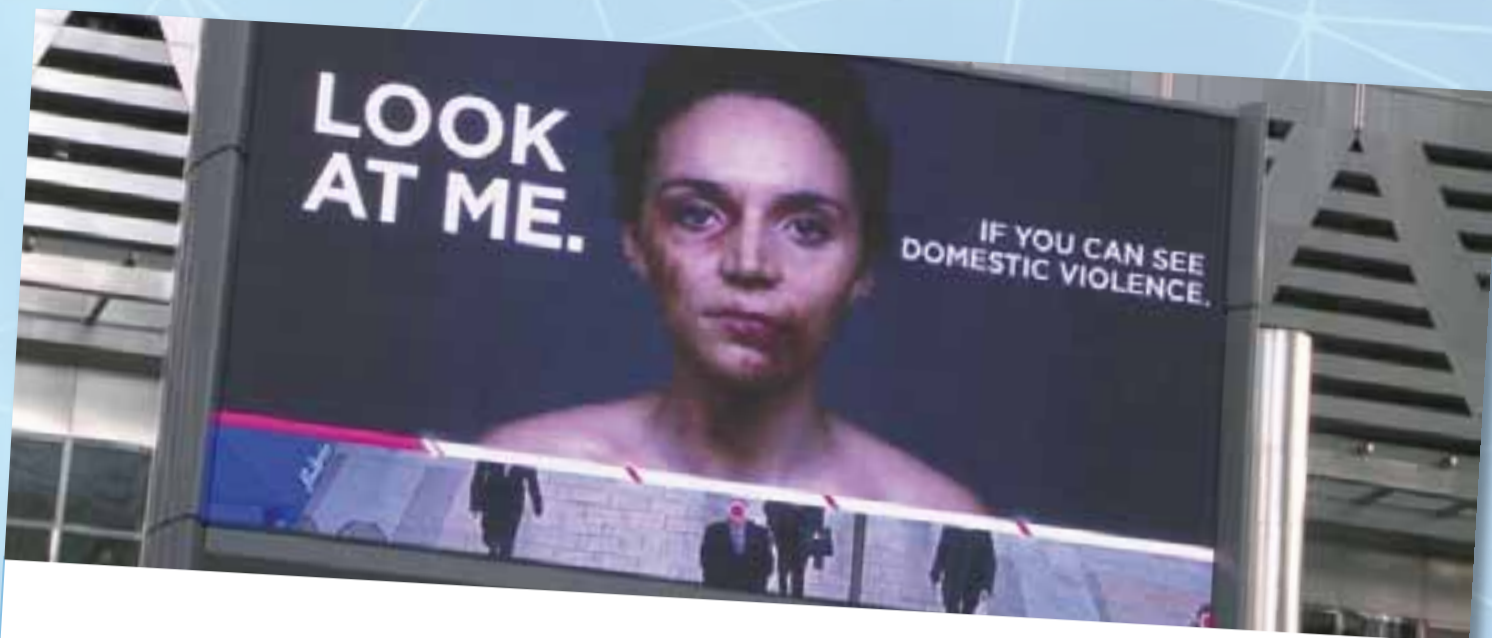


2 Un téléphone éthique pour prouver qu'il est possible (d'en faire)

Une petite société des Pays-Bas a créé le Fairphone, un smartphone vert, équitable et réparable. Combien en vendront-ils? Là n'est pas la question. Ils ont réussi à prouver qu'ils pouvaient le faire. Et s'ils ont pu le faire, Apple ou Samsung le peuvent aussi. Le moyen de communication est ici le téléphone.

En savoir +

www.fairphone.com/fr/phone/



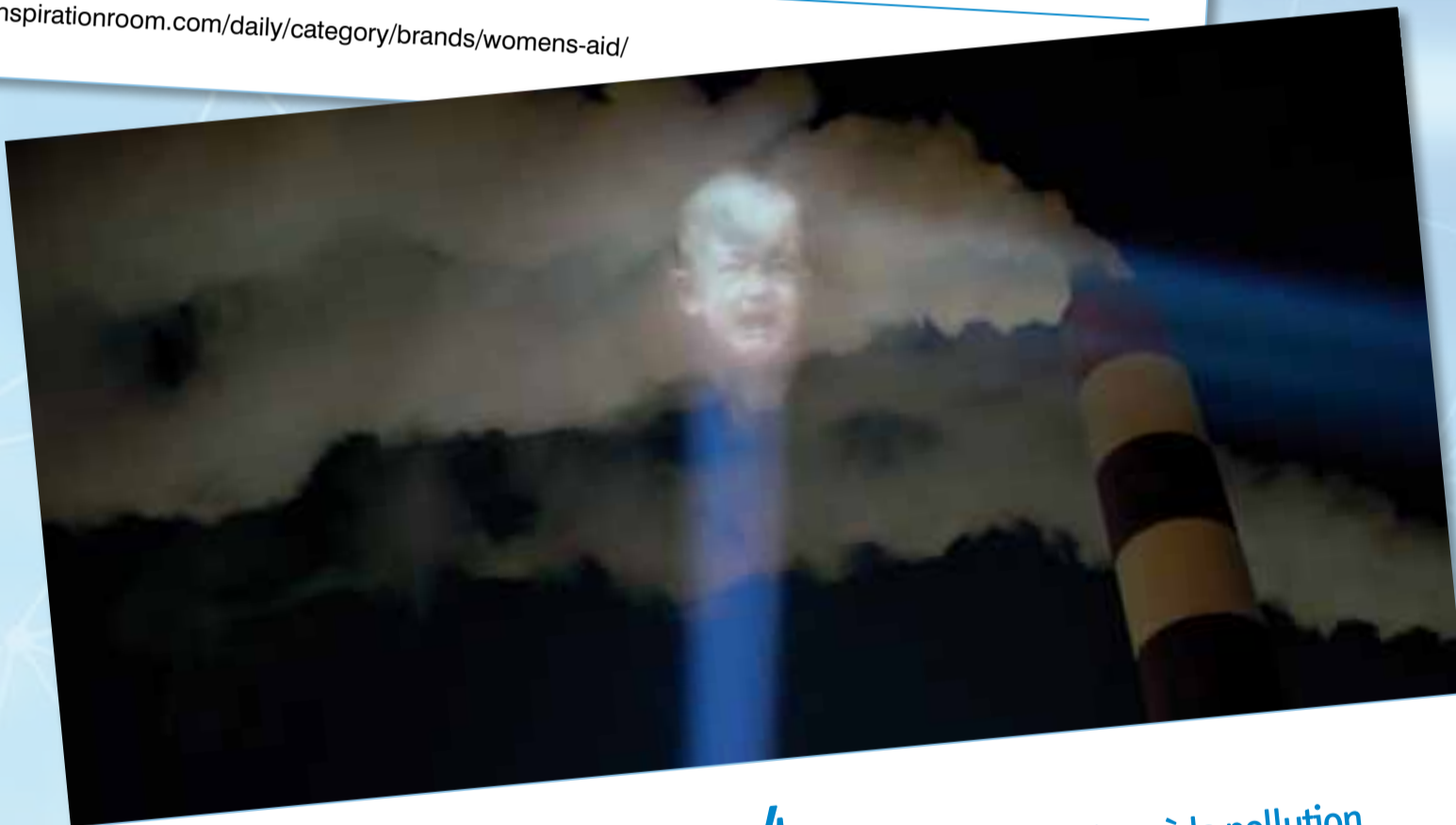
3 Une reconnaissance faciale pour regarder en face les violences domestiques

Ce dispositif de reconnaissance faciale comptabilise combien de personnes regardent l'affiche. Plus elles sont nombreuses, plus les plaies de cette jeune femme (dues aux violences domestiques) se résorbent. Le

slogan « If you can see domestic violence, you can change it », - si vous pouvez voir la violence domestique, vous pouvez la changer - veut lutter contre la passivité de ceux qui détournent le regard.

En savoir +

<http://theinspirationroom.com/daily/category/brands/womens-aid/>



4 Une projection vidéo géante pour inciter à trouver des solutions à la pollution

L'entreprise Xiao Zhu, spécialisée dans la purification de l'air, a eu l'idée de projeter les images des victimes de la pollution sur les nuages de fumée sortant des cheminées des centrales chinoises. Les Chinois sont

désormais nombreux à protester contre la pollution atmosphérique, issue en majeure partie des usines de production d'énergie qui provoquent plus de 500 000 morts par an.

En savoir +

www.youtube.com/watch?v=1e1qGc66W9k



5 Des masques 3D pour inciter les fumeurs à soigner leur addiction

Campagne choc de sensibilisation au tabac, dans les rues de Londres, menée par la clinique en ligne Healthexpress. Des zombies arrêtent les passants fumeurs pour leur remettre une brochure expliquant les méthodes pour soigner l'addiction. Il s'agit de comédiens portant des masques qui montrent les effets des maladies liées au tabac (cancer de la gorge ou de la bouche, trachéotomie...). La fabrication de ce type de masque est grandement facilitée par la modélisation 3D.

En savoir +

youtube.com/watch?v=HKuBrg6Saus



6 Les réseaux ciblés «jeunes» pour faire passer son message

Des réseaux sociaux ont été créés dans le but de divertir le public jeune (9gag, Hugelol...). Mais ils peuvent servir de médias publicitaires pour faire passer une idée et promouvoir un produit ou un service. Ce sont de nouveaux médias très influents sur les 15-25 ans. Traduction du texte : « Oh, beurk, regarde... une éolienne ». Cette campagne vise à ridiculiser les adversaires des éoliennes, qui exagèrent les nuisances de celles-ci comparées aux installations minières.

En savoir +

<http://9gag.com>